

KÄSESPEZIALITÄTEN

Genuss aus einer Hand

Das eigene Sortiment lässt sich mit Käse nicht nur ergänzen, sondern sogar emporheben: Das zeigt ein Blick in die Theke der Metzgerei Hinderer – und in ihren Käseschrank.

TEXT: BIRGA HIMBURG
FOTOS: ANETTE CARDINALE

Ob bei einer deftigen Brotzeit, dem klassischen Pausenbrot oder einer kunstvoll gelegten Platte für die nächste Party: So ziemlich jeder, der hier an Wurst und Schinken denkt, denkt gleichzeitig an Käse. Und davon verbrauchen die Deutschen so viel wie noch nie: 2025 waren es 26,4 kg pro Kopf, gut ein Kilo mehr als im Jahr davor. Neben der Nachfrage wächst auch das Angebot: Vorläufigen Zahlen des Bundesinformationszentrums Landwirtschaft (BZL) zufolge stellten hiesige Käsereien im vergangenen Jahr 2,78 Mio. Tonnen Käse her, 20.000 Tonnen mehr als 2024. Und auch die Importe stiegen – bei gleichbleibender Exportmenge – um 5 Prozent auf knapp 1 Mio. Tonnen. Dazu passt auch das Ergebnis einer aktuellen repräsentativen Umfrage, unter anderem in Auftrag gegeben vom Verband der Milchindustrie: Lediglich 5,8 Prozent der Deutschen verzichten komplett auf Käse – jeder Zweite würde das niemals freiwillig.

Dazu gehört auch Dorothe Hinderer. Mit ihrem Mann Werner führt

sie die Metzgerei Hinderer in Rudersberg, einem kleinen Örtchen in der Nähe von Stuttgart. „Ich esse selbst sehr gerne Käse“, bekennt sie, „und es ist einfach eine gute Ergänzung zu Fleisch und Wurst.“ In der sechseinhalb Meter langen Theke ist daher ein schmaler Streifen für Käse reserviert. „Unser Hauptgeschäft ist natürlich Fleisch und Wurst, und auch die Heißecke hat einen sehr großen Anteil am Umsatz.“ Rein daran gemessen spielt das Käsesortiment sicherlich bloß eine Nebenrolle. Doch es ist eine tragende. Wer den Blick von der Käseauswahl in der Theke nach oben richtet, entdeckt dahinter einen gläsernen Schrank. Und darin viele weitere Käsespezialitäten.

Durchdachte Auswahl

Seit Jahren gibt es kaum Bewegung in den Käse-Top-Ten der Deutschen, und Gouda führt die Liste unangefochten an. Daher findet man die beliebtesten Sorten selbstredend auch bei Hinderers: „Wir bieten zwar auch Butterkäse und Camembert an, aber nicht diese Standardsorten.“ Einzige Ausnahme ist die



Ich möchte meinen Kunden auch beim Käse etwas Besonderes bieten.

Dorothe Hinderer

Nummer eins: „Da haben wir tatsächlich einen, ich sag mal, ganz normalen Gouda von Weideglück.“ Doch bekannte Markennamen wie beispielsweise Leerdammer findet man hier nicht. „Das sind so Produkte, die man auch in jedem Discounter vorverpackt erwerben kann, und da muss ich mich nicht einklinken.“ Damit meint sie den Preiskampf, in den man dann einsteigen würde. Dann fügt sie hinzu: „Das sind wir auch nicht.“

Dieser Meinung ist auch Werner Hinderer. 90 Prozent des Sortiments stellt der Fleischermeister selbst her, einige Spezialitäten sind im Zukauf – allerdings sehr gezielt ausgewählt. „Alles, was wir an Produkten zukaufen, soll das Sortiment unterstreichen und emporheben“, so der 62-Jährige. Seine Frau ergänzt: „Da kann ich ja nicht einfach nur Gouda und Emmentaler danebenlegen. Da gehört auch was Besonderes dazu.“

Beispiel: Wer überall erhältliche Massenware anbietet, zieht damit das eigene, handwerklich hergestellte Sortiment schnell herunter. Und der Kunde vergleicht zudem automatisch die Preise – die im Super-



Die beleuchtete Vitrine ist eine passende Bühne für die zahlreichen Käse.



Bei Käse auf besondere Sorten setzen: Wildblumen-Käse oder den Blu' 61 bekommen Kunden nicht überall.



Damit sich die Kolleginnen leichter tun, gruppieren ich den Käse.

Dorothe Hinderer

Top Ten Käsesorten

Die Marktforscher von Telquest (Kantar) fragten im Auftrag von ZMB und Milchindustrie-Verband 1017 Personen, welche (max. vier) Käsesorten sie am liebsten essen. Die Ergebnisse:

- 1 Gouda (37,2 Prozent)
- 2 Camembert (25,4 Prozent)
- 3 Emmentaler (16,8 Prozent)
- 4 Frischkäse (14,3 Prozent)
- 5 Mozzarella (12,9 Prozent)
- 6 Edamer (10,7 Prozent)
- 7 Parmesan (10,3 Prozent)
- 8 Bergkäse (10,3 Prozent)
- 9 Butterkäse (8,8 Prozent)
- 10 Maasdamer (7,6 Prozent)

markt oder Discounter natürlich Meilen unter dem liegen können, was eine Metzgerei verlangen muss, damit sich der Käse rechnet. „Der kostet im Supermarkt nur X Euro“, könnte sich der Kunde denken. „Wenn der Metzger hier schon so aufschlägt, macht er das bei den anderen Produkten sicher auch“, denkt er weiter und kommt möglicherweise zu dem Fazit: „Das heißt dann wohl, dass das ganze Sortiment eigentlich weniger wert ist.“

So etwas kann bei Hinderers nicht passieren. Zum einen kalkulieren die beiden ausgesprochen fair, und das wissen auch die Kunden. Man denke nur an die Glas-Pfandschalen, die Hinderers für 5 Euro Pfand rausgeben – obwohl sie im Handel locker das Doppelte kosten (afz 16/2025). Und zum anderen: Die würzigen Hart- und rezenten Schnittkäse, all die Weichkäse und regionalen Spezialitäten, die sie anbieten, bekommt man – bis auf wenige Ausnahmen – nicht überall. „Ich möchte meinen Kunden auch beim Käse etwas Besonderes bieten“, so Dorothe Hinderer. Die besonderen Sorten dürfen dann auch mehr kosten. „Aber bloß nicht zu viel, dann verkauft man ihn auch nicht.“

Geschichten zum Käse

Was ins Sortiment kommt, entscheidet Dorothe Hinderer. „Käse ist schon so ein bisschen mein Steckenpferd.“ Und sie trifft den Geschmack ihrer Kunden ziemlich gut. „Ein kleines Risiko hat man immer, aber tatsächlich schmeckt der Käse, den ich gerne mag, auch meinen Kunden.“ Momentan kommen vor allem Käse gut an, die ein bisschen besonders sind. „Keine foliengereifte Standardware, son-



In der Theke liegen milde Sorten, Weich- und Frischkäse, außerdem Aktionsware.

dern aus kleinen Käsereien.“ Ein mildwürziger Rubachtaler, nussig „in Richtung Greyerzer“ sei aktuell sehr beliebt, genau wie der Cremeux de Bourgogne, ein leicht säuerlicher Weichkäse: „Ein toller Käse, cremig, mit einem weichen, fluffigen Schimmel“, schwärmt die Käseliebhaberin. „Wenn der noch etwas reift, zergeht der richtig auf der Zunge.“

Einen Teil der käsigen Spezialitäten bezieht sie bei der Dorfkäserei Geifertshofen, das meiste bei Jäckle, einem Streckenlieferanten aus Ulm: „Wirklich ein ganz toller Käselieferant“, schwärmt sie, „der viele schöne Sorten anbietet, auch tolle Rohmilchkäse oder Käse aus kleineren Käsereien.“ Alles andere würde auch nicht zu der liebevoll geführten Metzgerei passen. Auch die Hausmesse dort kann sie wärmstens empfehlen. „Da trifft man dann auch den Käsehersteller, der kann mir etwas über seinen Käse erzählen.“ Oft sind es kleine

Geschichten, die sie dann auch ihren Kunden erzählt. Und: „Ich kann ihnen sagen: Mensch, ich kenne den Käser, der diesen Käse gemacht hat, persönlich.“ Das komme immer gut an.

„Gerade wird der Wildblumenkäse ganz oft nachgefragt.“ Und dann beschreibt sie einen halbfesten Allgäuer Schnittkäse, der aus einem kleinen Käsekeller kommt, wo der Käser ihn von Hand mit Salzwasser und Rotkulturen pflegt, bis er nach acht Wochen Reifezeit die gewünschte Rotschmierrinde hat. Die wird dann mit Erikablüten, Ringelblumen, Lavendel, Kornblumen und weiteren Blüten umhüllt. „Das passt auch gut zur Jahreszeit, oder?“, fragt Dorothe Hinderer mit einem strahlenden Lächeln. Darauf kann man nur Oh ja! antworten. Sie weiß, wie man verkauft.

Storytelling funktioniert, auch beim Käse. „Es kommt immer gut an,

wenn man eine Geschichte zum Käse erzählen kann.“ Zum Beispiel jene des „Blu' 61“, einem Blauschimmelkäse aus Italien, der mit Cranberrys verfeinert und mit Rotwein gepflegt wurde. Das Kilo verkaufen Hinderers für 48,50 Euro – hier sei dann aber die Schmerzgrenze ihrer Kunden erreicht. „Mehr kann ich nicht verlangen, sonst bleibt er liegen.“

Damit sie ihren Kunden aber auch mal solche exklusiven Käse günstig anbieten kann, wählt sie aus den Raritäten, die ihr Händler gerade im Angebot hat. Die Ersparnis gibt sie weiter. „Wahrscheinlich müsste ich den Blu 61 teurer verkaufen, er ist schon sehr exklusiv.“ Das Beste ist die Story dazu: „Der Käser hat ihn sich für seine Frau zum Hochzeitstag einfallen lassen.“ Allein wegen dieser romantischen Anekdote will man ihn am liebsten en gros mitnehmen. Oder auch den Trufado: ein Schafskäse mit Trüffeln, die Rinde mit Olivenöl geflegt. „Der kommt aus Spanien, schmeckt wirklich ganz hervorragend!“ Und mit 39,90 Euro/kg im preislichen Mittelfeld. Am günstigsten sind der Gouda und die Butterkäse-Rolle zu je 14,90 Euro/kg.

Doch auch ein noch so klug zusammengestelltes Käsesortiment muss aktiv verkauft werden, sprich: kompetente Beratung, Zusatzempfehlungen, Multichannel-Marketing. „Wir haben zum Beispiel einen Aufsteller auf der Theke, der auf eine neue Spezialität aufmerksam macht. Dann sehen die Leute gleich: Ah, wieder etwas Neues zum Probieren.“ Auch auf Instagram werben Hinderers dafür – nicht als Anzeige, sondern in ihren Beiträgen. Auf Herstellerfotos greifen sie dazu aber nicht zurück. „Wir machen dann extra Fotos oder auch mal einen kleinen Film.“ Besonders schön: Die Kunden reagieren auch auf die Postings. Sie kommentieren, drücken aufs Herzchen oder kommen in den Laden: „Ich habe gesehen, dass ihr einen neuen Käse habt, den möchte ich mal probieren.“

Und probieren kann man bei Hinderers immer – auf der Theke stehen klassische Probierhäppchen bereit, meist vom aktuellen Aktionskäse. Aber auch von allen anderen Sorten schneiden die Verkäuferinnen gern ein Stückchen ab: Kostproben seien auch heute noch das A und O.

Gut sortiert und gebieft

Immer in der Theke liegen die Weichkäse; außerdem die, die gerade im Angebot sind. „Die platzieren wir dann zusätzlich in der Theke. Und hinten im Käseschrank haben wir Schnittkäse und Hartkäse.“ Weit mehr als 30 Sorten hat die Metzgerei Hinderer stets vorrätig; da kann man schon mal den Überblick verlieren. Auch deshalb räumt die Chefin den gläsernen Schrank systematisch ein. „Damit sich die Kolleginnen ein bisschen leichter tun, gruppieren ich den Käse: Ganz oben sind die sehr würzigen Käse, dann kommen die etwas nussigeren und ganz unten dann die mildereren.“

Die meisten Kunden sind offen für



Ich sag immer: Kein Arbeitstag ohne Frischkäse Gärtnerin!

Dorothe Hinderer

Neues, brauchen aber Orientierung. Die kann aber nur geben, wer kompetent berät – und dazu müssen die Thekenkräfte wissen, wovon sie sprechen. Zwei Verkäuferinnen kennen sich mittlerweile ebenfalls gut im Thema aus, „und die anderen ziehen auch alle gut mit“. Das liegt sicher auch daran, dass Dorothe Hinderer sich immer, wenn sie eine neue Sorte ausprobiert, mit dem Verkaufsteam zusammensetzt und ihnen etwas zu dem Käse erzählt: Woher er kommt, wozu er passt, auch ein „Schmeckt wie“ ist hilfreich. Entsprechend geschult, sind Zusatzempfehlungen dann ein Leichtes – besonders für die spontanen Genießer. Manchmal läuft es sogar andersherum und die Wurst wird zum Zusatzprodukt. „Es kommen tatsächlich Kunden nur zum Käsekaufen zu uns und sagen: Oh, der Käse war so toll, und den kriege ich nur bei euch.“ Und stolz ergänzt sie: „Wir haben ja wirklich ein paar ganz besondere Käse, die man in der Umgebung sonst nirgends findet.“

Das gilt vor allem für den Käse-Bestseller – der aber nicht aus einer kleinen Käserei stammt, sondern aus der Küche der Metzgerei:



Dorothe Hinderer bietet fast jeden Tag verschiedene Käsehäppchen zum Probieren an. „Das funktioniert!“

„Am besten verkauft sich unser Frischkäse Gärtnerin, der darf nie ausgehen“, so Dorothe Hinderer. „Wirklich der absolute Renner, schon seit Jahrzehnten!“ Jeden Tag rühren sie den Frischkäse frisch an, wöchentlich mehr als 15 kg. Für einen so kleinen Betrieb sei das „fast unglaublich“.

Seit vielen Jahren ist Käse bereits ein fester Bestandteil des

Sortiments. „Im Vergleich zu jetzt hatte er früher einen relativ großen Platz in der Theke. Da haben wir ihn zwar auch schon hervorgehoben präsentiert, aber nicht so prominent wie jetzt mit dem eigenen Käseschrank.“ Früher – das war vor zwei Jahren, oder: „Vor dem ... Unglück, sage ich jetzt mal.“ Im Juni 2024 hatten Schlamm- und Wassermassen den Ort verwüstet, die Metzgerei mannshoch überschwemmt (afz 36/2024). Daran erinnert heute eine Plakette, die am Eingang in 1,78 m Höhe angebracht ist.

Das Glück der Tüchtigen

Das Stehaufpärchen baute den Laden wieder auf, und zwar schöner als je zuvor (afz 7/2025) – und mit erweiterter Käseauswahl. Den Ladenbau übernahm das Unternehmen bfm, das auch die Vitrine maßanfertigte. Die Rudersberger freuten sich, dass sie nach keinem halben Jahr hier wieder einkaufen konnten: neben Fleisch und Wurst eben auch Käse, Brötchen, Brot, Fertiggerichte und vieles mehr. Denn ansonsten sah es mau aus im Ort.

Nun soll in Kürze allerdings der Edeka wiedereröffnen, der seit der Horrnacht geschlossen hatte. „Am Anfang wird sich das schon bemerkbar machen“, glaubt Dorothe Hinderer. „Die Leute sind ja neugierig und möchten mal gucken.“

Aber zum einen gab es den Edeka auch vorher schon ein paar Jährchen – die Metzgerei seit 248 Jahren. Und zum anderen wären Hinderers nicht da, wo sie sind – im nach wie vor schönsten Laden des Ortes nämlich –, würde sie ein wiedereröffnender Vollsortimenter um den Schlaf bringen. „Das pendelt sich dann auch wieder gut ein“, sagt Dorothe Hinderer und lächelt beruhigend. „Wir sind jetzt



Steckbrief Metzgerei Hinderer

Die 1780 in Rudersberg gegründete Metzgerei Hinderer betreibt Fleischermeister **Werner Hinderer** gemeinsam mit seiner Frau **Dorothe**. Unterstützt werden sie von sechs Mitarbeiterinnen im Verkauf und zwei Mitarbeiterinnen in der Produktion.

■ **Standbeine:** Ladengeschäft, Heißecke, Catering.

■ **Sortiment:** 90 Prozent aus eigener Herstellung, einzelne Spezialitäten im Zukauf.

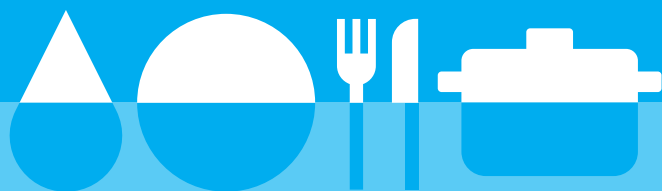
■ **Käse:** Hauptlieferanten sind Jäckle und die Dorfkäserei Geifertshofen; **Käse-Bestseller:** Frischkäse Gärtnerin (24,90 Euro/kg).

■ **Öffnungszeiten:**
Mo-Fr: 7:30-18:00 Uhr
(außer Mi: 7:30-13:00 Uhr)
Sa: 7:00-12:30 Uhr

Metzgerei Hinderer
Welzheimer Straße 2
73635 Rudersberg

📍 hinderer.de

ANZEIGE



Runter. Mit den Betriebskosten.

Die Systemlösung von Winterhalter steht nicht nur für erstklassige Sauberkeit und Hygiene. Auch für ein ressourcenschonendes und wirtschaftliches Spülen.

- ✓ Innovative Spültechnik zur Einsparung von Wasser, Energie und Chemie
- ✓ Digitale Services zur Optimierung des Spülprozesses
- ✓ Support und Tipps für einen wirtschaftlichen Betrieb

WINTERHALTER.DE/ENERGIESPAREN

